

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL**

“CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN UN SPA EN LA CIUDAD DE  
TRUJILLO EN EL 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Gestión Comercial**

**Autoras:**

Yuli Isela Ravelo Vejarano  
Keti Merli Rodriguez Rodriguez

**Asesor:**

Mg. Mercy Evelyn, Angulo Cortejana  
<https://orcid.org/0000-0003-1914-4111>

Trujillo - Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Larry Mendoza Castillo</b>	<b>40872130</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Luis Tresierra Alaya</b>	<b>17867006</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Mario Yan Lau</b>	<b>17815068</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

**Tabla de contenido**

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
<b>1.1.    Realidad problemática</b>	<b>9</b>
<b>1.2.    Formulación del problema</b>	<b>17</b>
<b>1.3.    Objetivos</b>	<b>17</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	25
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	37
REFERENCIAS	45
ANEXOS	49

**ÍNDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> Alfa de Cronbach .....	23
<b>Tabla 2</b> Rangos para analizar correlación RHO.....	24
<b>Tabla 3</b> Fiabilidad de Variable Independiente.....	25
<b>Tabla 4</b> Fiabilidad de la Variable Dependiente.....	25
<b>Tabla 5</b> .....	26
Nivel de la variable Independiente y Dependiente .....	26
<b>Tabla 6</b> .....	27
Correlaciones con la dimensión fiabilidad con las dimensiones de la variable satisfacción del cliente .....	27
<b>Tabla 7</b> .....	28
Correlaciones con la dimensión capacidad de respuesta con las dimensiones de la variable satisfacción del cliente .....	28
<b>Tabla 8</b> .....	29
Correlaciones con la dimensión seguridad con las dimensiones de la variable satisfacción del cliente .....	29
<b>Tabla 9</b> .....	30
Correlaciones con la dimensión empatía con las dimensiones de la variable satisfacción del cliente .....	30
<b>Tabla 10</b> .....	32
Correlaciones con la dimensión elementos tangibles con las dimensiones de la variable satisfacción del cliente .....	32
<b>Tabla 11</b> .....	33
Resumen de las Correlaciones entre las dimensiones de la variable independiente: calidad del servicio y dimensiones de la variable dependiente: satisfacción del cliente.....	33

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> .....	15
<i>Diseño del Modelo ACSI</i> .....	15
<b>Figura 2</b> .....	20
<i>Diseño de Investigación</i> .....	20
<b>Figura 3</b> .....	27
<i>Cálculo de la relación de la dimensión fiabilidad y la variable satisfacción del cliente</i> .....	27
<b>Figura 4</b> .....	28
<i>Cálculo de la relación de la dimensión capacidad de respuesta y la variable satisfacción del cliente</i> .....	28
<b>Figura 5</b> .....	29
<i>Cálculo de la relación de la dimensión seguridad con y la variable satisfacción cliente</i> .....	29
<b>Figura 6</b> .....	30
<i>Cálculo de la relación de la dimensión empatía y la variable satisfacción cliente</i> .....	30
<b>Figura 7</b> .....	31
<i>Cálculo de la relación de la dimensión elementos tangibles y la variable satisfacción cliente</i> .....	31
<b>Figura 8</b> .....	34
<i>Cálculo de la hipótesis</i> .....	34
<i>Relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente</i> .....	35
<i>Relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente</i> .....	36
<b>Figura 10</b> .....	63
<i>Respuestas de las encuestas aplicado en Forms Google</i> .....	63
<b>Figura 11</b> .....	64
<i>Proceso de resultados en software RStudio</i> .....	64

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un Spa en la ciudad de Trujillo en el 2022, siendo el diseño de tipo no experimental. Asimismo, para definir la variable de calidad de servicio, se optó por el modelo SERVQUAL que tiene las dimensiones de: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles; en lo que refiere a la segunda variable, satisfacción del cliente se utilizó la metodología ACSI que cuenta con las dimensiones de: expectativas, calidad percibida, valor percibido, nivel de satisfacción, quejas del cliente y fidelidad del cliente. Se determinó que, existe una correlación fuertemente positiva entre las dimensiones de calidad del servicio y satisfacción del cliente ( $\rho = 0.86$ ); siendo la dimensión calidad percibida la que guarda una correlación fuertemente positiva con la variable satisfacción del cliente (0,76). Por último, se acepta la hipótesis alternativa, si existe una relación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en un Spa, en la ciudad de Trujillo 2022.

**PALABRAS CLAVES:** Servicio, calidad, satisfacción, cliente, Spa, investigación.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

**REFERENCIAS**

- Acosta, L.G (2021). *La calidad del servicio y su relación en la satisfacción del cliente de una empresa del rubro óptico, de Trujillo.*  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27522/Acosta%20Lujan%2c%20Giovani%20Isabel%20-%20Parcial.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Novales, M. G. M. (2018). *El protocolo de investigación III: la población de estudio.* Revista Alergia México, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Barrera, E.K (2021). *Calidad de servicio percibida y el precio como factores que determinan la satisfacción del cliente en supermercados, en Lima 2021.*  
[https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15008/Barrera\\_Gutiérrez\\_%20Calidad%20de%20servicio%20percibida%20y%20el%20precio%20como%20factores%20que%20determinan%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20en%20supermercados.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15008/Barrera_Gutiérrez_%20Calidad%20de%20servicio%20percibida%20y%20el%20precio%20como%20factores%20que%20determinan%20la%20satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente%20en%20supermercados.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Zárraga-Cano, L., Molina-Morejón, V., & Corona-Sandoval, E. (2018). *La satisfacción de la cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera.* RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 7(18), 46-65. <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268>
- Castillo, M.M (2021). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa enredos salón & spa de la ciudad de Trujillo 2018.*  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27558/Castillo%20Mendoza%2c%20Mayra%20Elizabeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



COPECOH (2021). *Tendencias que siguen los peruanos en productos de cuidado personal.*

<https://gestion.pe/economia/empresas/ocho-tendencias-que-siguen-los-peruanos-en-productos-de-cuidado-personal-noticia/?ref=gesr>

Crispín, A.J., Torero, S.N., & Martel, C.C. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. Desafíos, 11(2), e212-e212.*

<http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/59>

Denton, K.D. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes.*

[https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es-419&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=y3yWnHrzW-0C&printsec=frontcover&dq=calidad+del+servicio&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=calidad%20del%20servicio&f=false)

De la Torre, O.V. (2019). *Introducción a R y Rstudio para el análisis estadístico y generación de reportes académicos.*

[https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/628146\\_b6e416c6f0004786bbdeb70c34e6402a.html](https://rstudio-pubs-static.s3.amazonaws.com/628146_b6e416c6f0004786bbdeb70c34e6402a.html)

Ecured (2011). *Modelo de la satisfacción al cliente.* <https://www.ecured.cu/ACSI>

Fuentes (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables.*

<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6201/Metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Frías-Navarro, D. (2022). *Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida.*

<https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>

Illescas, A.J (2018). *Aplicación del modelo ACSI para la medición del nivel de satisfacción de los usuarios de smartphone en la empresa C.M.A. CELL.*  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9225/1/20T01090.pdf>

Matsumoto, N.R (2014). *Desarrollo del Modelo SERVQUAL para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto.* pp. 181-209.  
[Redalyc.Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto](#)

Miranda, G.F., Chamorro, M.A., Rubio, L.S. (2007). *Instrucción a la gestión de la calidad.*  
[https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)

Muñoz, R. G. (2020). *Revisión teórica de herramientas metodológicas aplicadas en la investigación criminológica.* *Derecho y cambio social*, (59), 501-511.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7219653>

Novoa, S.E & Lezcano, C.A. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de la empresa Calzature Gianella, en la ciudad de Trujillo 2019.*  
[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23299/Novoa%20Sanchez\\_Lezca\\_o%20Cruz.pdf?sequence=7&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23299/Novoa%20Sanchez_Lezca_o%20Cruz.pdf?sequence=7&isAllowed=y)

Núñez, L.N., Ziritt, G., Moreno, Z., Silva, H., Guerrero, V.M. (2020). *Franquicias de alimentos: miradas a la gestión de la calidad del servicio y satisfacción del cliente.*  
Opción: *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (93), 892-924. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7820382>

Ospina, P.S., Gil, S.I. (2011). *Índices nacionales de satisfacción del consumidor. Una propuesta de revisión de la literatura.*

<https://www.redalyc.org/pdf/205/20521435002.pdf>

Parasuraman, P.U., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L (1988). *Una escala de múltiples elementos para medir las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio.*

[https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802\\_SERVQUAL\\_A\\_multiple-Item\\_Scale\\_for\\_measuring\\_consumer\\_perceptions\\_of\\_service\\_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Valarie-Zeithaml-2/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-Item_Scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality/links/5429a4540cf27e39fa8e6531/SERVQUAL-A-multiple-Item-Scale-for-measuring-consumer-perceptions-of-service-quality.pdf)

Sanchez, P.Y (2018). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Jefatura Regional 3 de la ciudad de Tarapoto RENIEC. En Tarapoto 2018.*

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26059/S%c3%a1nchez\\_PY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26059/S%c3%a1nchez_PY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Spalopia Business (2020). *Cómo ha cambiado la industria de los Spas en 5 años.*

<https://spalopiabusiness.com/blog/cambios-industria-spas/>

Statista (2021). *El futuro del cuidado personal: los productos más demandados y las nuevas oportunidades de negocio.*

<https://gestion.pe/economia/mercados/el-futuro-del-cuidado-personal-los-productos-mas-demandados-y-las-nuevas-oportunidades-de-negocio-noticia/?ref=gesr>